

ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
DALAM MEMBELI HANDPHONE MEREK SAMSUNG
BERSISTEM OPERASI ANDROID

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP
UPN "Veteran" Jawa Timur



Disusun Oleh :

INDAH MAULIDIYAH. P.S
0842010051

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2012

ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
DALAM MEMBELI HANDPHONE MEREK SAMSUNG
BERSISTEM OPERASI ANDROID

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur)

Disusun Oleh :
Indah Maulidiya Puspita Sari
0842010051

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN
DALAM MEMBELI HANDPHONE MEREK SAMSUNG
BERSISTEM OPERASI ANDROID
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur)

Oleh :

Indah Maulidiya Puspita Sari
0842010051

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 30 Maret 2012
Menyetujui,

PEMBIMBING

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucappuji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Atribut Produk Yang Dipertimbangan Konsumen dalam Membeli Handphone Merek Samsung Bersistem Operasi Android (Stdudi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur”.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada Ibu Dra.Lia Nirawati, M.Si, selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa penulis juga menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec, Hj. Suparwati,M.Si, selaku Dekan Fakultas IlmuSosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur.
2. Ibu Lia Nirawati, Dra, M.Si, selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur.
3. Ibu Siti Ning Farida, DraM.Si, selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” JawaTimur yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

5. Kedua orang tua dan saudara penulis yang memberikan dukungan baik moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini akan ditemukan banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, Maret 2012

penulis

ANALISIS ATRIBUT PRODUK YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMBELI HANDPHONE MEREK SAMSUNG BERSISTEM ANDROID

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur)

Oleh :

INDAH MAULIDIYAH P. S.

0842010051

ABSTRAKSI

Pada bulan februari 2010 Samsung meluncurkan Handphone Merek Samsung bersistem operasi android. Performa yang ditawarkan oleh Samsung cukup bagus sesuai dengan harganya sehingga menjadikan Handphone ini cukup populer di Indonesia. Samsung berbasis Android memiliki berbagai keunggulan sebagai software yang memakai basis kode computer yang bisa didistribusikan secara terbuka (open source). Oleh karena itu pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan membeli Handphone Merek Samsung bersistem Operasi Android.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur yang membeli dan menggunakan Handphone Merek Samsung bersistem operasi android. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor melalui bantuan software komputer SPSS for windows.

Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan analisis faktor didapatkan 6 faktor yang dipertimbangkan yang meliputi 15 variabel. Faktor I terdiri dari Keanekaragaman produk /Model, Tampilan Menu, Open Source dan Jaminan/garansi. Faktor II terdiri dari Fasilitas Quick Office, Manfaat, Kemasan dan Kecepatan Prosesor. Faktor III memiliki terdiri dari Keyboard dan Fasilitas Face Unlock. Faktor IV memiliki terdiri dari Fasilitas Sosial Network dan Fasilitas Market. Faktor V terdiri dari Kemampuan / Megapixel Kamera. Serta Faktor VI terdiri dari Kapasitas Memori dan Fasilitas Google Map.

Kata Kunci : Handphone Merek Samsung Android, Analisis Faktor, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9

2.1.1.2	Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.3	Arti Penting Pemasaran	11
2.1.1.4	Konsep Pemasaran	12
2.1.1.5	Tujuan Pemasaran	12
2.1.2	Bauran Pemasaran	13
2.1.2.1	Produk	15
2.1.2.1.1	Pengertian Produk	15
2.1.2.1.2	Klasifikasi Produk	15
2.1.2.1.3	Atribut Produk	18
2.1.2.1.4	Kualitas Produk	29
2.1.2.2	Harga	31
2.1.2.2.1	Pengertian Harga	31
2.1.2.2.2	Tujuan Penetapan Harga	31
2.1.2.2.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	33
2.1.2.3	Distribusi	34
2.1.2.3.1	Pengertian Distribusi	34
2.1.2.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	35
2.1.2.4	Promosi	38
2.1.2.4.1	Pengertian Promosi	38
2.1.2.4.2	Tujuan Promosi	38
2.1.2.4.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	39

2.1.3	Perilaku Konsumen	41
2.1.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen	41
2.1.4	Keputusan Membeli	42
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Membeli	42
2.1.4.2	Motif-motif Pembelian	43
2.1.4.3	Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian... ..	44
2.2	Teori Analisis Faktor	44
2.3	Kerangka Berpikir	47
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1	Difinisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
3.1.1	Difinisi Operasional	50
3.1.2	Pengukuran Variabel	53
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	54
3.2.1	Populasi	54
3.2.2	Sampel	54
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel	55
3.3	Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1	Jenis Data	55
3.3.2	Sumber Data	56
3.3.3	Pengumpulan Data	56
3.4	Teknik Analisis	56
3.4.1	Teknik Analisis Data	56

3.4.2 Uji Validitas	57
3.4.3 Uji Reliabilitas	58
3.4.4 Analisis Faktor	60
3.4.5 Model Analisis Faktor	66
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	69
4.1.1 Sejarah Samsung	69
4.1.2 Filosofi Samsung	70
4.1.3 Area Bisnis	72
4.1.4 Android	73
4.1.5 Kerjasama dengan Android Inc	74
4.2 Penyajian Data	80
4.2.1 Data Karakteristik Responden	80
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	
Kalamain	80
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Jurusan	81
4.2.2 Variabel-Variabel Penelitian	82
4.3 Uji Kualitas Data	87
4.3.1 Uji Validitas	87
4.3.2 Uji Realibilitas	89
4.4 Analisis Faktor	90

4.4.1 Analisis Interkorelasi Antar Faktor	90
4.4.2 Analisis Komponen Utama	92
4.4.3 Menentukan Rotasi Matrik Faktor	93
4.4.4 Menentukan Communalities	96
4.5 Pembahasan	110
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan.....	81
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Handphone Merek Samsung Bersistem Operasi Android....	83
Tabel 4. Hasil Uji Validitas	88
Tabel 5. Uji Kelayakan Analisis Faktor	90
Tabel 6. Anti Image Matrices	91
Tabel 7. Nilai Eigen Untuk Setiap Faktor	93
Tabel 8. Nilai Loading.....	94
Tabel 9. Matriks Rotasi	95
Tabel 10. Communalities	96
Tabel 11. Hasil Analisis Faktor.....	104

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan mobile smartphone 2011	4
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir	49
Gambar 4.1 Prinsip Bisnis Samsung.....	72
Gambar 4.2 Hasil Analisis Produk Yang dipertimbangkanKonsumen Dalam Pembelian Handphone Merek Samsung Bersistem Operasi Android	109

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 2. Data Jawaban Responden
- Lampiran 3. Scoring Kuesioner
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Uji Realibilitas
- Lampiran 6. Analisis Faktor
- Lampiran 7. Tabel t dan r (Product Mument)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam menunjang keberhasilan bagi suatu perusahaan, dengan adanya persaingan yang semakin ketat akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kondisi yang demikian perusahaan akan dihadapkan pada tantangan perilaku, daya beli, selera, dan sosial budaya. Pengelolaan perusahaan dituntut untuk selalu tanggap dan jeli dalam melihat situasi lingkungan perusahaan yaitu pasar tempat perusahaan melakukan aktivitas pemasaran dan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan.

Perubahan pasar yang terjadi dapat memberikan dampak bagi pihak perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan usaha pemasarannya serta merupakan ancaman tidak lakunya suatu produk dari perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dalam persaingan dan situasi pasar, karena dengan banyaknya persaingan menyebabkan perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan usaha pemasarannya agar tidak mengalami penurunan.

Dalam perluasan usaha, perusahaan perlu memahami dengan baik perilaku keputusan pembelian konsumen yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam suatu persaingan. Dalam upaya meencapai tujuan pemasaran produk dengan demikian perusahaan perlu memahami dan mempelajari bagaimana perilaku keputusan pembelian konsumen dalam usaha memenuhi kebutuhan dan

keinginan konsumen. Karena bagi konsumen, pasar menyediakan berbagai pilihan, produk serta merek beraneka ragam dan konsumen bebas memilih produk yang akan dibelinya. Jika produk tersebut dimata konsumen mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen tentu saja akan membeli produk tersebut.

Produsen telepon genggam di dunia ini, bahkan di Indonesia sendiri saat ini sudah tidak terhitung jumlahnya. Beberapa diantaranya yang lazim dikenal ialah Nokia, Sony Ericsson, Samsung, LG, Iphone dan masih banyak lagi. Semakin banyak produsen yang memproduksi barang serupa, maka akan semakin ketat persaingannya yang hari ke hari bukannya semakin menurun melainkan semakin tinggi intensitasnya. Produsen telepon genggam di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat luar biasa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya berbagai macam merek yang ada saat ini dan masing-masing merek tersebut berusaha memberikan manfaat yang lebih terhadap persaingannya.

Persaingan antar perusahaan dalam memberikan kelebihan pada produk yang ditawarkannya dengan penyampaian promosi yang lebih gencar kepada para konsumen, agar produk tersebut memberikan masukan yang besar pada keputusan konsumen dalam pembelian. Oleh karena itu suatu perusahaan harus bisa memposisikan produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen secepat tepat. Sehingga konsumen dapat membedakan produk yang ditawarkan dan menjadi produk tersebut melekat pada benak konsumen. Jadi kemampuan perusahaan untuk memposisikan produknya dan memperkenalkan atau memberikan informasi tentang karakteristik atribut produknya dengan baik

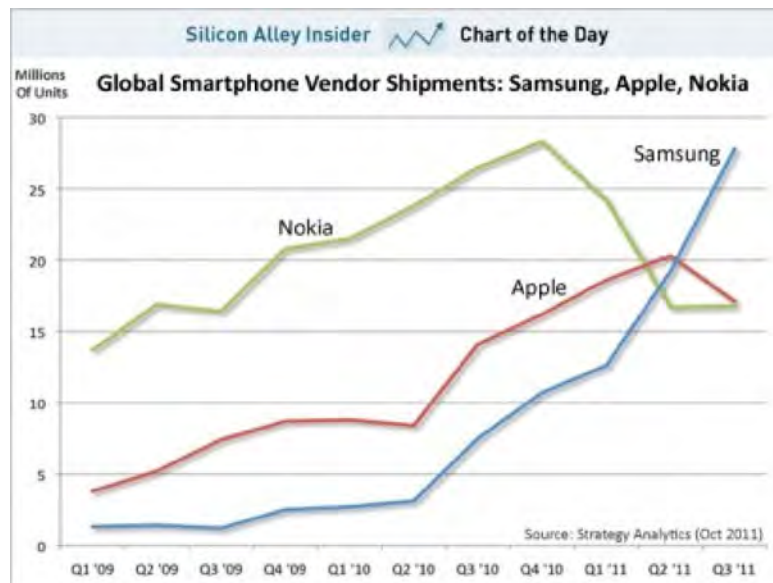
kepada para konsumen merupakan kunci keberhasilan pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan.

Atribut produk yang bersifat teknis tercermin pada produk itu atau yang merupakan inti dari produk itu, sedangkan atribut nonteknis dapat ditampilkan dalam beberapa macam bentuk antara lain :

1. Desain Produk
2. Bungkus atau kemasan
3. Merek (Brand)
 - a. Nama merek (brand name)
 - b. Trade Mark (merek dagang, simbol merek)

Faktor-faktor yang berpotensi mengakibatkan pilihan konsumen adalah faktor konsumen individual, pilihan merek disebabkan oleh kebutuhan konsumen, persepsi dari karakteristik merek dan perilaku alternative. Pilihan merek yang disebabkan oleh demografi konsumen, gaya hidup, karakteristik personal, dampak lingkungan dan strategi pemasaran juga berdampak pada pengambilan keputusan serta lingkungan pembelian konsumen yang tercermin dari budaya (norma sosial, subkultur suku, dan wilayah) Kelompok tatap muka (teman, anggota keluarga dan kelompok referensi).

Grafik : Penjualan mobile smartphone 2011



Sumber : <http://businessinsider.com/chart-of-the-day-global-smartphone-shipments-for-samsung-nokia-apple-oktober-2011>

Peneliti memilih pengguna Handphone Merek Samsung bersistem operasi Android sebagai obyek penelitian karena pada tahun 2011, pertumbuhan pembelian Handphone Merek Samsung bersistem operasi android di Indonesia terus meningkat, fenomena Handphone Merek Samsung bersistem operasi android belakangan ini di Indonesia, sampai menjadi suatu kebutuhan tidak hanya sebagai pelengkap gaya hidup, tapi juga sebagai kebutuhan dalam membantu kegiatan sehari-hari seperti dalam berbisnis dan juga menunjang kegiatan kantor. Seperti adanya tools yang menyediakan suatu fungsi seperti Microsoft Office dan juga sistem internet yang langsung terintegrasi dengan Google, Google Mail, Yahoo dan sebagainya. Pengguna juga dapat memakai layanan messenger yang menghubungkan sesama

pengguna android, setiap saat dan setiap waktu dapat dengan mudah melakukan chatting. Android dapat terhubung dengan semua merek handphone, dan inilah salah satu yang menjadi faktor konsumen dalam memilih handphone android termasuk Samsung. Selain itu pertumbuhan pengguna Handphone Merek Samsung bersistem operasi android di Indonesia 50 ribu pengguna, karena itu peneliti ingin mengetahui dan mengkaji faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan membeli Handphone Merek Samsung bersistem operasi Android.

Fenomena keberadaan telepon genggam merupakan tuntutan masyarakat yang cenderung dalam berkomunikasi dengan produk telepon yang berkualitas, bervariasi, penyampaian informasi yang dimiliki produk mudah diterima.

Android adalah sebuah perusahaan software kecil yang didirikan pada bulan Oktober 2003 di Palo Alto, California, USA. didirikan oleh beberapa senior di beberapa perusahaan yang berbasis IT dan Communication, Andy Rubin, Rich Miner, Nick Sears dan Chris White. Android merupakan sistem operasi untuk ponsel cerdas yang dikembangkan secara open source berdasarkan sistem operasi LINUX. Android bukanlah merek handphone melainkan OS (operasional sistem) yang biasanya terdapat pada handphone, sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis linux. Pengembangan android, dibentuklah Open Handset Alliance, konsorsim dari 34 perusahaan peranti keras, peranti lunak, dan telekomunikasi, termasuk Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile, dan Nvidia.

Pada bulan februari 2010 Samsung meluncurkan Handphone Merek Samsung bersistem operasi android. Performa yang ditawarkan oleh Samsung cukup bagus sesuai dengan harganya sehingga menjadikan Handphone ini cukup populer di Indonesia. Handphone Merek Samsung sebagai produsen smartphone terbesar kedua di dunia. Berkat android pula Samsung menyalip apple sebagai vendor smartphone nomor satu di dunia.

Fenomena yang terjadi dari Handphone Samsung yang bersistem operasi Android, Android juga bisa digunakan untuk chatting seperti halnya dengan Yahoo Messenger, namun dilakukan melalui jaringan Android dengan memasukan pin/nomor identitas Android yang dikenal dengan Live Profile, pengguna juga dapat terkoneksi eksklusif melalui layanan Live Profile yang menghubungkan sesama pengguna Live Profile chat, setiap saat dan setiap waktu dapat dengan mudah melakukan chatting Live Profile, selain itu dengan adanya forum grup Live Profile juga sangat baik untuk memaksimalkan pengguna Live Profile sebagai ajang silaturahmi pengguna dalam berkomunikasi.

Samsung berbasis Android memiliki berbagai keunggulan sebagai software yang memakai basis kode computer yang bisa didistribusikan secara terbuka (open source) sehingga pengguna bisa membuat aplikasi baru didalamnya. Android memiliki aplikasi native Google yang terintegrasi seperti pushmail, Gmail, Google Maps, dan Google Calender. (sumber :www.aplikasiandroid.com).

Oleh karena itu pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Perilaku

konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, mencari, menggunakan barang dan jasa sehingga memuaskan kebutuhan. Promosi merupakan cara menjual produk melalui tenaga penjualan yang terampil dalam menyampaikan pesan-pesan. Dimana tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk pembeli untuk belanja, serta meningkatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan. Informasi pada konsumen berupa informasi pasar mengenai keberadaan suatu produk. Cara pemakaian produk, perubahan harga serta membangun citra perusahaan. Pada dasarnya pemasar produk dengan keterlibatan tinggi harus memahami keterlibatan yang tinggi dengan perilaku pengumpulan informasi dan evaluasi konsumen. Pemasar perlu mengembangkan strategi yang membantu pembeli mempelajari atribut-atribut produk dan tingkat kepentingan relative mereka, serta menarik perhatian pada reputasi merek perusahaan dalam atribut-atribut yang lebih penting.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengadakan penelitian “Analisis atribut produk yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli Hanphone Merek Samsung bersistem operasi Android” (Studi Kasus Pada Mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan membeli Handphone Merek Samsung bersistem Operasi Android ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang ditentukan maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan membeli Handphone Merek Samsung bersistem Operasi Android.

1.4 Manfaat Peneliti

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Praktis

Hasil peneliti ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan masukan bagi pihak Samsung dalam hal pelayanan guna peningkatan kepuasan konsumen.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis dimana yang akan datang.